

GÖTEBORGS UNIVERSITET  
Institutionen för svenska språket

## Ett textperspektiv på kommuners kommunikation med ungdomar

Anne Mogren

Specialarbete, 7,5 hp  
Svenska språket, fördjupningskurs 1203  
Vt 2013  
Handledare: Einar Korpus

## Sammandrag

En dag ska dagens ungdomar ta över huvudansvaret för vårt samhälle från dagens vuxna. Det kommer att ske och därför är det oerhört viktigt att lära ungdomar så mycket som möjligt. Samhället och dess invånare måste förbereda ungdomarna på vad som komma skall. Ett liv med ansvar, men även ett liv med många valmöjligheter. När du har fyllt 18 år, så anser samhället att du är tillräckligt gammal för att kunna ta ansvarsfyllda beslut och du får äntligen vara med att påverka styrandet av vårt land.

Det finns många delar av vår demokrati och en av dem är kommunen i en stad. De har hand om staden och alla dess frågor som finns kring den. Därför måste kommunen ta på sig ansvaret att informera och bilda våra ungdomar. Denna uppsats syftar till att reda på om Borås kommun har tagit sitt ansvar för ungdomarna och deras bildande. Borås har tagit fram en vision som man vill uppnå år 2025. Den innehåller flera olika målområden som ska utveckla Borås till en ännu mer attraktiv och välmående stad. Broschyren har ett perspektiv på 12 år, vilket innebär att den berör dagens ungdomar mer än någonsin. År 2025 har ungdomarna växt upp och förhoppningsvis blivit ansvarstagande och kreativa vuxna människor. För att ungdomarna ska kunna hjälpa till att ta Borås till visionen, så måste de veta om att den existerar och de måste kunna ta den till sig.

*Borås 2025* undersöks utifrån två olika modeller med flera analysredskap för att få en så rättvis bild av broschyren och dess innehåll som möjligt. Resultatet visar att texterna i broschyren är relativt stela och innehåller för många komplicerade ord. Det visar även att visionen kan bli något överdriven och helt enkelt ”för bra”. Ungdomar kan uppleva det svårt att ta del av den vision som Borås kommun har skapat.

Förhoppningsvis kan uppsatsen engagera och inspirera fler människor att ta tag i frågan kring ungdomar och deras lärande om samhället!

Nyckelord: Ungdomsspråk, kommuner, identifikation

## Innehållsförteckning

1. Inledning	4
1.1 Bakgrund	4
1.2 Syfte och forskningsfrågor	5
1.3 Tidigare forskning	5
1.3.1 William Labov	5
1.3.2 Ulla-Britt Kotsinas	6
1.3.3 Anna Gunnarsdotter Grönberg	6
2. Teori, material och metod	6
2.1 Teori	6
2.1.1 Vidgat textbegrepp	6
2.1.2 Roller	7
2.1.3 Kontext	7
2.2 Material	7
2.3 Metod	7
3. Resultat	8
3.1 Den interpersonella strukturen	8
3.1.1 Allmänna språkhandlingar	8
3.1.2 Attityder	9
3.1.3 Värdeord	9
3.1.4 Garderingar och understrykningar	10
3.1.5 Ramar – textjag och textdu	10
3.1.6 Tilltal och omtal	10
3.2 Kontexten	11
3.2.1 Verksamhet	11
3.2.2 Deltagare	12
3.2.3 Relationer	12
3.2.4 Textsyfte	12
4. Diskussion	12
4.1 Borås 2025	12
4.2 Hellspong och Ledins modeller i textanlays	13
4.3 Roller och identitet	15
4.4 Komplicerade ord	15
4.5 Ungdomsspråk	16
4.6 Brister	16
5. Slutsatser	16
Litteraturförteckning och bilagor	17

# 1. Inledning

## 1.1 Bakgrund

Begreppet ungdom behandlas av Anna Gunnarsdotter Grönberg (2007) i boken Sociolingvistik. Enligt Gunnarsdotter Grönberg så har det under 1900 – talet vuxit fram olika begrepp som ungdomsperiod och ungdomskultur, vilka skiljer en ungdom markant från barndomen och också från vuxenvärlden. Längre bak i tiden fanns inte dessa begrepp och gränsen mellan barn och vuxen gick vid konfirmation eller avslutad folkskola. Ungdomsåren är en tid som präglas av många val och funderingar. Det är en tid då du ska börja ta hand om dig själv och kliva in i vuxenvärlden. Ofta har man många tankar kring vad man vill göra och vart man vill bo i framtiden. Idag är ordet ungdom ett stabiliserat begrepp, dock finns det många definitioner.

Gunnarsdotter Grönberg skriver att många forskare avgränsar ungdomstiden till 13-24 år. För det är vid 13 års ålder som man går in i tonåren och vid 24 års ålder har man oftast avslutat sin utbildning och börjat bilda familj. Det finns många som skjuter fram vuxenblivandet genom att resa eller jobba innan de börjar att studera. Med tanke på dagens arbetsmarknad och bostadsmarknad så finns de människor som varken har ett arbete eller en bostad vid 30 års ålder, även om de vill.

Det språk som ungdomar använder brukar kallas för ungdomsspråk. Ulla-Britt Kotsinas har skrivit en bok som heter Ungdomsspråk (2004). Enligt Kotsinas är ungdomars språk aktivt, lekfullt och det innehåller många språkliga nyheter. En drivkraft för ungdomar är att markera grupptillhörighet och att skapa en identitet, vilket blir möjligt i språket.

Gunnarsdotter Grönberg skriver att slangord förekommer frekvent i ungdomsspråk. Dessa ord har en viktig funktion och det är att vara gruppmarkörer. Gemensamma ord inom en grupp skapar ofta en känsla av grupptillhörighet. De kan även markera ett avstånd mot andra som inte använder dem, eller mot dem som inte förstår vad orden betyder. Ungdomar kan använda slang för att bryta mot normer, exempelvis för att provocera sina föräldrar. Diskurspartiklar är även vanligt bland ungdomar. Ord som typ, ba, liksom, öh osv. Bland vuxna ses dessa ord ofta som meningslösa utfyllnadsord.

Kotsinas skriver i boken Ungdomsspråk (2004) att vuxna har i alla generationer haft en negativ attityd mot ungdomsspråk. Många säger att det är ett torftigt språk med slangord, som gör att ungdomar får ett dåligt uttal. Vidare menar Kotsinas att det inte bara är ungdomsspråket som vuxna klagat på, utan det är hela ungdomsstilen. Hur de klär sig, vad de har för intressen och vad de lyssnar på för musik osv.

Enligt Gunnarsdotter Grönberg är ungdomsspråk en fråga om samtalsstil. Det finns två samtalsstilar som går att utgå ifrån när man skriver om talat språk. En

är närhets- och engagemangsstilen som ofta används av ungdomar och det sägs att den även är mer utmärkande för kvinnor. Stilen utmärks av högt tempo, dramatisering och personliga samtalsämnen. Den andra är respekt- och hänsynsstilen. I boken Sociolingvistik (2004) skriver Karolina Wirdenäs att respekt- och hänsynsstilen präglas av ett lågt tempo och tydliga pauser. Den stilen är vanligare bland vuxna och det sägs även att män använder den mer än vad kvinnor gör.

## **1.2 Syfte och forskningsfrågor**

Syftet med uppsatsen är försöka ta reda på om ungdomar kan ta del av den information som kommuner vill nå ut med och om ungdomar kan identifiera sig med den roll som de tillskrivs. I denna uppsats används begreppet ungdomar för personer i 18-22 års ålder.

Utgångspunkten i arbetet kommer att vara delar ur en broschyr från Borås kommun "Borås 2025". Broschyren beskriver en vision för hur Borås ska se ut år 2025. Det är 12 år framåt i tiden som broschyren beskriver, vilket innebär att dagens ungdomar kommer att vara vuxna vid den tiden. Därför är det rimligt att ha ett ungdomsperspektiv på broschyren. Frågan är om ungdomar kan identifiera sig med de roller som de blir tillskrivna och om de ser sig själva leva i denna vision år 2025. Det är endast texten i broschyren som kommer att undersökas.

- Anpassar kommunen sitt språk efter ungdomars sätt att tala och skriva?
- Kan en ungdom identifiera sig med kommunens texter?
- Hur går kommunen tillväga när de ska ge ut information som rör ungdomar?
- Följer man upp den informationen?

## **1.3 Tidigare forskning**

### ***1.3.1 William Labov***

Den första större undersökningen kom år 1972 som genomfördes av William Labov. Han är en amerikansk forskare, som ofta nämns som en av grundarna till språksociologin. Labov undersökte språket bland pojkar i Harlem, New York, vilket visade på en oerhörd kreativitet bland dessa pojkar i deras språk. Hans forskning undersökte de sociala faktorer som skapar variationer i språket. Hans teorier och metoder är viktiga grunder inom den nutida språksociologiska forskningen. William Labov säger att för att kunna förstå språklig variation, så måste man studera sociala mönster. Nationalencyklopedin. (Webbplats tillgänglig 2013-05-20 på <http://www.ne.se/william-labov>)

### **1.3.2 Ulla-Britt Kotsinas**

Ulla-Britt Kotsinas är språkforskare och professor i nordiska språk. Kotsinas har genomfört många undersökningar om ungdomsspråk och även skrivit flera böcker, som *Ungdomsspråk* (1994), *En bok om slang, typ* (2003) och *Förortsslang* (2004). I boken *Ungdomsspråk* diskuterar Kotsinas det språk som används i samtal bland ungdomar. Hon diskuterar även det språk som används av ungdomar i invandrartäta områden.

### **1.3.3 Anna Gunnarsdotter Grönberg**

Anna Gunnarsdotter Grönberg som är universitetslektor i svenska och nordiska språk behandlar ungdomsspråk i boken *Sociolingvistik* (2004). Där diskuterar Gunnarsdotter Grönberg om vem som är ungdom, de attityder som finns till ungdomsspråk, diskurspartiklar, chattspråk, förortssvenska och om ungdomar faktiskt är ledare av språklig förändring. Gunnarsdotter Grönberg har även behandlat dialektala uttryck och dess användning bland ungdomar. År 2004 kom hennes studie *Ungdomar och dialekt i Alingsås*.

## **2. Teori, material och metod**

### **2.1 Teori**

#### **2.1.1 Vidgat textbegrepp**

Enligt Björkvall (2009:7) innebär ett vidgat textbegrepp att en text inte endast innehåller skrift utan också bilder och illustrationer. Det finns texter som är tydligt skriftspråkliga, trots det så skapas ofta betydelse i texten med hjälp av bilder eller grafik. Det vidgade textbegreppet innebär att texter är meningsfulla sammanhängande helheter som har en början och ett slut. Rubriker brukar oftast inleda en text och någon visuell avgränsning brukar avsluta den.

#### **2.1.2 Roller**

Enligt Hellspong och Ledin (1997:158) så närmar sig en text alltid sin läsare på ett visst sätt. Texten kan tala till oss som kunder, anställda, ungdomar, barn, vänner, vuxna osv. Vi accepterar ofta den *roll* som texten ger oss, dock inte alltid. Det kan kännas som att vi dras in i något som känns falskt och förljuget och vi kan ha svårt att identifiera oss med den roll som texten förutsätter.

### 2.1.3 Kontext

Hellspong och Ledin (1997:49) skriver att ordet kontext betyder *tillsammans med texten*. Kontext innebär hela den språkliga och sociala miljö som texten kommer ur och verkar i. Allt som sägs och skrivs måste ses i sitt sammanhang för att få betydelse. Inom begreppet kontext används flera nyckelord som deltagare och kommunikationssätt. Det handlar om att ta fram vilka deltagare som finns i texten. Hur många finns det och vilka är de? Kommunikationssättet handlar om textens syfte. (Hellspong och Ledin 1997:54)

## 2.2 Material

Materialet som används är en broschyr från Borås kommun. Broschyren finns som bilaga. Den heter *Borås 2025* och den innehåller en framtidsvision som man vill nå år 2025. Kommunen i Borås har med hjälp av politiker, näringslivet, skolor, referensgrupper och medborgare tagit fram denna vision. Broschyren består av 24 sidor, dock är det endast sex sidor av den som berörs i denna uppsats (sida 3-8). Det finns inte utrymme för en utförlig analys av hela broschyren och sex sidor ger en rättvis bild av den. Visionen består av 7 målområden som man vill förändra och utveckla.

Tanken med uppsatsen är att få svar på om kommuner anpassar sina informationstexter utifrån ett ungdomsperspektiv och om den anpassningen är lyckad. Därför är *Borås 2025* ett bra material att utgå från, för att kunna besvara det. Materialet berör 12 år framöver, vilket innebär att dagens ungdomar kommer att vara vuxna människor vid den tiden. På det viset var broschyren perfekt för att se om ungdomar kan identifiera sig med texterna och om de kan se sig själva leva i den här visionen om 12 år. Broschyren finns tillgänglig på nätet.

## 2.3 Metod

För att se om ungdomar kan ta del av den information som kommunen vill nå ut med och om de kan identifiera sig med de roller som skapas, så kommer texterna att analyseras utifrån ett interpersonellt perspektiv utifrån Hellspong och Ledins modell i boken *Vägar genom texten* (1997). Det är delar av den modellen som kommer att användas. Modellen grundar sig i att en text alltid skapar vissa roller och förväntningar på sina läsare. En analys av den interpersonella strukturen kan ge en uppfattning om hur texten fungerar mot sina läsare. Det handlar om att undersöka det *sociala* i texter. Den interpersonella strukturen är det mönster som texten målar upp för sitt samspel med läsaren. Genom att analysera den sociala strukturen i texterna, så kan det ge svar på vilka roller som skapas för en ungdom och hur de talar till dem.

Texterna kommer även att analyseras utifrån sin kontext. Det är också en av Hellspong och Ledins modeller i *Vägar genom texten* (1997). Begreppet kontext är viktigt i en textanalys, då det ger en helhetsbild av vad texten vill förmedla. Ordet kontext betyder *tillsammans med texten*. Det bygger på att allt som skrivs och sägs måste ses i sitt sammanhang och om vi vill förklara varför en text har kommit till, så måste vi se till kontexten. Modellen hjälper till att bena ut textens syfte och kommunikationsprocess.

Delarna i den interpersonella strukturen och kontexten förklaras utförligt i resultatdelen under respektive avsnitt. Borås kommun kommer att kontaktas via mail eller telefonsamtal för att få information kring hur de gör när de ska ge ut saker som rör ungdomar.

### 3. Resultat

#### 3.1 Den interpersonella strukturen (Hellspong och Ledin 1997:193)

##### 3.1.1 Allmänna språkhandlingar

Med ordet språkhandlingar menas att språket är ett medel för handling. När ord används kan situationen förändras och man kan påverka andra människor. Det finns många språkhandlingar, som fråga, svara, försäkra, förklara, förbjuda osv. De språkhandlingar som är mest grundläggande är påståenden, frågor, uppmaningar, interjektioner och utrop. Dessa kallas även för allmänna språkhandlingar. (Hellspong och Ledin 1997:161)

- Ett påstående säger något om världen.
- En fråga kräver ett svar.
- En uppmaning innebär att man vill ändra på något och vill få någon att handla.
- Interjektioner är en egen ordklass. De vanligaste orden är ja, nej och tack.
- Ett utrop innebär att man vill ge uttryck för något man känner eller tillkalla uppmärksamhet.

(Hellspong och Ledin 1997:162)

I *Borås 2025* används givetvis allmänna språkhandlingar. Påståenden dominerar i texten och det finns endast en fråga och ett utrop.

- Påståenden (Exempel på påståenden i broschyren)
  - ” Vi på Borås Stad, alltså kommunen, kommer att vara drivande i arbetet med att nå visionen.” (Borås 2025:3)
  - ” Borås tar tillvara och bygger vidare på sina traditioner.” (Borås 2025:5)
  - ” Borås ser och tar tillvara individernas kraft, kunskap, förmåga och idéer.” (Borås 2025:5)



- Frågor  
”Vad vill du se när du kommer fram?” (Borås 2025:3)
- Utrop (Endast ett)  
”Så välkommen med du också!” (Borås 2025:3)

### **3.1.2 Attityder**

En text kan innehålla attityder, både negativa och positiva. Attityderna är viktiga i en text, då de speglar vad någon känner eller tycker. Om kommunikationen ska fungera mellan två parter måste mottagaren acceptera attityden för att den ska fungera. Om inte mottagaren gör det, så blir kommunikationen störd. (Hellspong och Ledin 1997:169)

Borås 2025 skapar en positiv attityd till sin egen kommun och dess invånare. Kommunen vill ta till vara på sina traditioner och man ska vara ledande inom mode, design och smarta textilier. Även entreprenörskap och nyföretagande ska vara slående i kommunen. Individerna i Borås ska stå i centrum och deras kraft och förmåga ska värderas högt. Det ska finnas mycket kunskap om miljöteknik, logistik och elektronisk handel i Borås. Man ska även arbeta internationellt och sprida sin kunskap om ett hållbart samhälle.

I Borås ska alla invånare och besökare trivas. Staden ska präglas av möten mellan människor och nya relationer där kunskap och idéer kan spridas. Miljön ska prioriteras och varje invånare har kunskap om sin inverkan på den. Medborgarna i Borås ska alltid stå i centrum och ska alltid ta en aktiv del i stadsplanering och utveckling. När man bor i Borås ska man ha ett aktivt liv och det ska vara enkelt att umgås. Borås ska vara en vacker ren och trygg stad där omsorg, omtanke och god hälsa präglar alla människor. (Borås 2025)

Det är en positiv attityd som präglas texterna, som visar att kommunen tror på Borås och dess invånare.

### **3.1.3 Värdeord**

Attityder präglas av värdeord, både plusord och minusord. (Hellspong och Ledin 1997:170) I *Borås 2025* dominerar plusord.

Plusord:

Vision, dröm, lyckas, välkommen, engagerande, möjlighet, bidra, engagemang, önskade, innovation, bäst, erbjuder, inspiration, harmoni, kreativitet, unika kraft, tillit, utveckling, bra, nytänkande, samverkan, drivande, stolta, generositet, positiv, levande, goda, trygg, omsorg och omtanke. (Borås 2025)

Minusord:

Aldrig, inga, dåligt och problem.  
(Borås 2025)

### 3.1.4 Garderingar och understrykningar

Garderingar visar på en viss osäkerhet hos sändaren, då den garderar sig för något. Det innebär att informationen innehåller något tvivel och sändaren kan inte lova att det är sant, så hon eller han garderar sig. Motsatsen till garderingar är understrykningar. När understrykningar används är man säker på sin sak. (Hellspong och Ledin 1997:171)

Texterna i broschyren präglas inte av många understrykningar eller garderingar. Det finns tre garderingar och endast en understrykning.

Garderingar:

”Genom att kontinuerligt arbeta med alla målområdena *kan* visionen bli verklighet.” (Borås 2025:7)

”En del av visionen kommer *förhoppningsvis* att bli verklighet tidigare än 2025 men annat kommer att ta längre tid att uppfylla.” (Borås 2025:3)

”Annat *kanske* aldrig kommer att bli verklighet helt och fullt – men så är det med visioner.” (Borås 2025:3)

Understrykningar:

”I allt som görs i strävan mot att nå visionen – *oavsett vad det gäller* – ska såväl pengarna som människorna och miljön tänkas in.” (Borås 2025:4)

### 3.1.5 Ramar – textjag och textdu

En text är mer än vad den utger sig för att vara och det finns en inre textvärld. Det innebär en tänkt och förutsatt situation som sker inom texten, vilket brukar beskrivas som ramar. Till hjälp för att skapa en ram, använder man sig av ett textjag och ett textdu. Det är den tänkta sändaren och mottagaren. (Hellspong och Ledin 1997:172)

Texterna i broschyren informerar sina mottagare om den vision som finns för Borås. I inledningen är det en bild på Kommunstyrelsens ordförande Ulf Olsson och Kommunstyrelsens 1 vice ordförande Annette Carlson. De har även undertecknat inledningen med sina underskrifter och därmed skapat en ram med ett textdu och ett textjag. Ulf Olsson och Annette Carlson är texternas officiella sändare, även om kommunen står bakom dem. I texterna finns det flera textjag. Det är den engagerade invånaren i Borås kommun men det kan också vara människor utanför Borås som vill ha insyn i vad som kommer att hända inom kommunen.

### 3.1.6 Tilltal och omtal

För att skapa ett band och bjuda in sin läsare i texten kan man använda sig av ett direkt tilltal. Då används ofta det personliga pronomenet *du*. Textens eget jag

kan använda sig av omtal, vilket innebär att sändaren talar om sig själv.  
(Hellspong och Ledin 1997:174)

I *Borås 2025* används ett fåtal gånger pronomenet *du*. Pronomenet *ni* används en gång.

”Vad vill du se när du kommer fram?” (Borås 2025:3)

”Så välkommen med du också!” (Borås 2025:3)

”Utifrån remissvaren arbetades visionen om en del och resultatet blev det som *ni* kan läsa här.” (Borås 2025:4)

Pronomenet *vi* används frekvent och då syftar man på textens eget jag.

Framförallt Ulf Olsson och Annette Carlson, men även kommunen.

” Den frågan ställde *vi* när *vi* satte igång med att ta fram en vision för Borås.”  
(Borås 2025:3)

” Med gemensamma krafter har *vi* målat upp bilden av vårt framtida  
drömborås.” (Borås 2025:3)

” *Vi* arbetar för en hållbar utveckling där de ekologiska, sociala och ekonomiska  
dimensionerna samverkar.”

### **3.2 Kontexten (Hellspong och Ledin 1997:62)**

Kontexten innebär att se texten i sitt sammanhang. Allt som skrivs och sägs  
existerar i ett något större och för att veta varför en text har kommit till, så måste  
man se till dess kontext. (Hellspong och Ledin 1997:49)

*Borås 2025* är en produkt som tagits fram av kommunen, med hjälp av  
invånare i Borås, politiker, ungdomar och referensgrupper. En kommun måste  
ständigt utvecklas för att inte hamna efter och för att främja invånarna. Visionen  
är ett svar på det. Den innehåller en utveckling som ska ske i Borås under 12 år.  
Det är möjligt att se *Borås 2025* i ett makroperspektiv, där man har jämfört sig  
mot andra kommuner och förbättras sin vision. Det är även möjligt att se  
texterna i ett mikroperspektiv, där man endast har sett till invånarnas behov.

#### **3.2.1 Verksamhet**

En text verkar alltid inom någon verksamhet, som kommunen. Verksamheten  
har ett syfte som utmärker den. (Hellspong och Ledin 1997:50)

Texterna i *Borås 2025* verkar i en verksamhet och det är Borås kommun.  
Visionen är skapad av kommunen och texterna är riktlinjer för arbetet som ska  
vara utfört år 2025. Trots att texterna kommer från Borås kommun, så innebär  
det inte att de stannar där, utan de rör varje person som bor i Borås och även  
människor utifrån.

### **3.2.2 Deltagare**

I en text finns det olika deltagare, som ofta varierar beroende på vilken verksamhet texten verkar i. En deltagare kan ha en mottagarroll men också en sändarroll. (Hellspong och Ledin 1997:52)

Deltagarna i kommunikationsprocessen i *Borås 2025* är sändaren (kommunen) och mottagaren (läsaren). Ulf Olsson och Annette Carlson är texternas officiella sändare. Mottagaren är invånarna i Borås kommun. Det är en stor målgrupp som ska ta del av visionen.

### **3.2.3 Relationer**

Deltagarna i en text intar olika roller som skapar en social relation. Deltagarna kan ha olika rättigheter och skyldigheter, vilket kan skapa en symmetrisk relation som kännetecknas av maktbalans. Deltagarna har då ungefär lika rättigheter och skyldigheter. Det kan också skapas en asymmetrisk relation vilket innebär en ojäm relation. Exempel på sådana relationer kan vara lärare-elev och företagsledning-personal. (Hellspong och Ledin 1997:53)

När man bor i en kommun så tar man alltid del av kommunens arbete, även om det är medvetet eller omedvetet. Kommunen och läsaren skapar olika roller i *Borås 2025*, där kommunen kan anses ha mer makt än läsaren. Därför är relationen asymmetrisk. Kommunen är beslutsfattande i det sista ledet. Vidare kan man vända på det, då det är invånarna (läsarna) som väljer politikerna i kommunen.

### **3.2.4 Textsyfte**

En text har nästan alltid ett syfte. Det varierar från text till text men det är viktigt att få fram syftet för att förstå en text. Syftet påverkar framställningen av texten. Om texten är ett protokoll så är den utformad på ett speciellt sätt osv. (Hellspong och Ledin 1997:54)

*Borås 2025* har ett viktigt textsyfte och det är sprida information och även engagemang kring visionen som kommunen har tagit fram för Borås. Det är meningen att så många som möjligt ska kunna ta del av den och förstå den. Textens syfte stödjer kommunens mål: Att visionen är verklighet år 2025. Desto fler människor som får ta del av visionen, desto fler människor kan hjälpa till med utvecklingen i Borås.

## **4. Diskussion**

### **4.1 Borås 2025**

Dagens ungdomar kommer att vara vuxna medborgare år 2025, därför är det rimligt att ha ett ungdomsperspektiv på broschyren. Många av ungdomarna

kommer säkert att ha flyttat från Borås vid år 2025, trots det finns det ungdomar som är kvar och det är intressant att undersöka om ungdomar kan identifiera sig med denna vision. *Borås 2025* innehåller många tankar om Borås som en stad där medborgarna är aktiva och nytänkande. Borås ska exempelvis vara ledande inom textil, handel, miljö och ha många internationella relationer.

## 4.2 Hellspong och Ledins modeller i textanalys

I den interpersonella strukturen ska man undersöka vilka språkhandlingar som är med i texterna. Genom att undersöka det, så får man veta mer om hur texten framställs och hur levande språket är.

I *Borås 2025* är påståenden den språkhandling som dominerar. Påståenden berättar något om världen och kräver ofta inget svar. Påståenden kan ge ett intryck av säkerhet och stabilitet. ”Borås tar tillvara och bygger vidare på sina traditioner. Vår långa historia som ett textilt industriellt centrum utvecklar vi till en ledande och attraktiv position inom mode, design och smarta textilier.” (Borås 2025:5) Här finns inget utrymme för tvivel, utan man skriver att Borås **tar** tillvara på sina traditioner. Broschyren beskriver en vision, vilket gör att det kan kännas naturligt att använda sig av påståenden för att beskriva vad man vill ha fram. Ett problem som uppstår är att texten kan bli relativt stel. Vidare används knappt några understrykningar för att visa på säkerhet i texterna, vilket kan bero på att det inte har behövts, då påståenden används mycket som också kan visa på en säkerhet.

Det finns endast ett utrop med i texten, vilket är ”Så välkommen med du också!”. Här blir läsaren inbjuden i texten och kan känna en gemenskap med sändaren. Texten innehåller även en fråga ”Vad vill du se när du kommer fram?”. Här blir läsaren direkt tillfrågad att tänka till och fundera själv.

Talat ungdomsspråk präglas av ett högt tempo, dramatiseringar och personliga ämnen. Om ungdomsspråk jämförs mot broschyren, så uppstår det skillnader. Sedan måste man ha i åtanke att broschyren är skrivet språk och inte talat, trots det så är ungdomar ändå vana vid mer fart och dramatiseringar i sitt språk. Ur ett ungdomsperspektiv borde broschyren innehålla fler språkhandlingar. Ett språk som inte endast består av påståenden som gör texten relativt strikt, utan också av utrop, interjektioner, erbjudanden och kanske uppmaningar. Risken finns att en ungdom som läser broschyren, tycker att språket inte är tillräckligt ”fartfyllt” och slutar att läsa. Då har inte informationen nått ut, vilket blir ett misslyckande.

Broschyren innehåller oerhört många plusord. Alltså ord som är förknippade med något positivt, som inspiration, harmoni, kreativitet, unika kraft, tillit, utveckling, bra och nytänkande. Minusord, alltså ord som inte är förknippade med något positiv är inte alls lika förekommande. Att det används fler plusord är en strategi för att förhöja texten och läsaren ska kunna se visionen ur ett mer positivt perspektiv. Vilket givetvis är viktigt för både sändaren och mottagaren.

Visionen ska vara positiv och den ska vara något som höjer Borås som kommun!

Visionen för Borås är positiv, dock kan de attityder som kommer fram i texterna bli något överdrivna. Hela skolgången präglas av att lära barn och ungdomar att vara kritiska mot allt som de ser och hör. När en ungdom läser *Borås 2025*, så kommer hon eller han att vara kritisk mot den. Det är en strålande bild av Borås som målas upp och när något är alldeles för bra, så har ungdomar lärt sig att vara kritiska mot det. Frågor som kan dyka upp är: Är det ens möjligt att fullfölja visionen? Hur ska man göra? Risken är att visionen helt enkelt är för bra, för att en ungdom ska kunna ta den seriöst. Istället kanske hon eller han höjer på axlarna, suckar och går vidare med sitt liv, utan en tanke på visionen.

Texterna skapar en ram där det är Kommunstyrelsen ordförande Ulf Olsson och Kommunstyrelsens 1 vice ordförande Annette Carlson som talar till läsaren. Där har det alltså skapats ett textjag som är Ulf Olsson och Annette Carlson. Ett textdu skapas och det är den engagerade medborgaren som är intresserad av hur Borås kommer att se ut om 12 år. Dessa är alltså textens tänkta sändare och mottagare. Givetvis är Ulf Olsson och Annette Carlson en del av sändaren, dock inte hela. Det är många, många fler människor som står bakom visionen och broschyren. Problemet är att ibland måste man avgränsa sändaren, för det finns helt enkelt för många. Det är inte möjligt att skriva med alla som står bakom broschyren, därför skapar man ett textjag som får representera alla.

Vidare måste man fundera över hur en ungdom ser på kommunen. Har en ungdom en symmetrisk eller en asymmetrisk relation med kommunen? På ett sätt är den asymmetrisk, då det trots allt är kommunen som är beslutsfattande i sista ledet. Trots det är det medborgarna som väljer kommunens politiker. För en ungdom känns säkert kommunen som något relativt långt borta. Man har inte 100 % koll på vad kommunen är. En yngre person vet att kommunen finns och delar av vad de arbetar med. Trots det, uppfattas kommunen säkerligen som något svåråtkomligt. På det viset skapas en asymmetrisk relation. Det är viktigt att ungdomar redan från början får veta att kommunen finns och vad de arbetar med, då det är dagens ungdomar som ska leva vidare i vårt samhälle och det ska de göra på allra bästa sätt. Därför måste kommunen ta på sig det stora ansvaret att informera och berätta för ungdomar om kommunen. Det är viktigt för vår demokrati att våra ungdomar blir bildade.

Genom texterna används det personliga pronomenet *vi* som står för kommunen. I dessa texter är det bra att kommunen syftar tillbaka på sig själva, eftersom det skapar en mer levande bild av dem. Det är inte många gånger som läsaren blir inkluderad i texterna. Läsaren blir endast tilltalad i texterna tre gånger. Det är inte tillräckligt för att läsaren ska bli erbjuden att bli en del av texterna. Då en yngre person med största sannolikhet känner att kommunen är något långt borta, så bör kommunen använda sig av mer tilltal i texterna för att bjuda in ungdomarna i visionen.

### 4.3 Roller och identitet

I *Borås 2025* finns det många förväntningar på invånarna i Borås. Ungdomar står redan framför många val och möjligheter inför sin framtid och de känner sig säkert splittrade och kan inte bestämma sig. Texterna skapar en ungdom som ska vara engagerad i byggandet av Borås och som ska vara nytänkande. Idéer och tankar ska ständigt flöda obehindrat. Som invånare ska man ha stor koll på sin inverkan på miljön samtidigt som man ska hålla koll på de ekonomiska delarna. Man ska vara generös och inbjudande för gäster utifrån. Invånarna i Borås ska präglas av en social gemenskap där alla älskar att träffa nya människor. Man ska vara öppensinnad, kreativ och gärna naturintresserad. Frågan är om en ungdom kan identifiera sig med alla dessa egenskaper? Ett problem som kan uppstå är att man känner sig pressad och känner inte igen sig i någon av delarna. Det står att i Borås står bildning i centrum. Hur blir det för de ungdomar som inte har tänkt att studera vidare? Känner de sig som en grupp som hamnar utanför *Borås 2025*? Att det är en vision som inte dem kan vara delaktiga i? Frågor som kan komma upp när man läser *Borås 2025* är: Är jag verkligen så insatt i miljön? Är jag en aktiv människa? Är jag nytänkande? Hur social är jag egentligen? Är jag intresserad av att träffa nya människor?

Det kan bli att man skapar en bild av Borås som istället känns falsk, påhittad och omöjlig. Det kan helt enkelt inte vara så bra som visionen beskriver. Alla människor kan inte vara aktiva, nytänkande, sociala, miljömedvetna, ekonomiska och samtidigt naturintresserade. Samtidigt menar inte Borås kommun att alla människor ska vara på det här viset heller. Det är svårt att få med alla människors intressen i en och samma vision, så är det bara. Trots det, så blir broschyren något pressad ur ett ungdomsperspektiv.

### 4.4 Komplicerade ord

Det finns ord i *Borås 2025* som inte underlättar läsningen för en yngre person. Sådana ord är: Kommunfullmäktige, referensgrupper, remiss, kommunala nämnder, honnörsord, rekreation, vitalitet och innovation.

Genom att använda sådana ord så anpassar inte kommunen sin information utifrån en bred målgrupp och framförallt inte till ungdomar. En yngre person i 18 årsåldern som läser broschyren kan få svårt att förstå ord som Kommunfullmäktige, rekreation, kluster osv. Det blir bortom deras ordförråd. Det underlättar inte läsningen och framförallt inte förståelsen av visionen. Risken är att läsaren fastnar på orden och istället för att sätta sig in i läsningen, så skummar hon eller han endast igenom texten. Det kan vara givande och informativt, dock inte till fullo. *Borås 2025* kan innehålla ord som Kommunfullmäktige och vitalitet, dock kräver de en förklaring. Det räcker med några få ord som förklarar vad Kommunfullmäktige är och då är problemet löst. Det blir även en chans att lära ut nya ord.

## 4.5 Ungdomsspråk

Enligt Kotsinas och Gunnarsdotter Grönberg finns det en negativ attityd till ungdomars språk och livsstil bland vuxna. Ungdomar levererar nyheter, både språkligt och levnadsmässigt, vilket kanske kan kännas hotande och fel. Som vuxen har man mer erfarenhet av livet och ungdomars påhitt kan då inkräkta på det. Vidare är det en fråga vilken attityd kommunen har till ungdomsspråk. Med största sannolikhet vill inte kommunen använda sig av ungdomsspråk i sina informationstexter, vilket skulle göra texterna både informella och för ungdomliga. Om kommunen ger ut information som endast rör ungdomar, så anpassas språket säkert, dock inte i *Borås 2025*, vilket blir konstigt. Broschyren berör ungdomar, så varför inte anpassa språket? Givetvis ska den nå ut till en stor målgrupp, dock måste ungdomarna räknas in.

## 4.6 Brister

Två av frågeställningarna har inte kunnat besvaras i uppsatsen. Dessa är:  
Hur går kommunen tillväga när de ska ge ut information som rör ungdomar?  
Följer man upp den informationen?

Tanken var att få en inblick i hur kommunen genomför en målgruppsanalys när information som berör ungdomar ska ges ut. Det hade varit givande att få information om deras process för att kunna utveckla uppsatsen. Det hade även varit intressant att få veta om kommunen följer upp den information som går ut till ungdomar. Trots ett flertal mail och ett flertal samtal, så har det inte blivit något svar. Uppsatsen står inte och faller med denna brist. Det uppstår istället nya frågor som ifrågasätter kommunens engagemang i sådana frågor. Var frågorna kring målgruppsanpassning och ungdomar inte tillräckligt intressanta att besvara? Saknas det ett engagemang för ungdomar i kommunen? Det kan bli något överdrivet att dra det för långt, samtidigt så svarade inte kommunen på frågorna, vilket kan uppfattas på det viset.

## 5. Slutsatser

Först och främst är det viktigt att poängtera att *Borås 2025* är ett bra tecken på kreativitet och den visar en vilja till förändring inom kommunen.

Undersökningen har inte kunnat ge ett enhetligt svar på om en ungdom kan identifiera sig med texterna i *Borås 2025*. Varje person har sin kunskap och sina tankar, som med allt annat, så varierar det hur olika människor uppfattar olika saker. Det undersökningen har kunnat ge, är ett övergripande svar, både om ungdomar kan identifiera sig med texterna och hur broschyren *borde* vara anpassad så att yngre personer förstår den lättare och även tar till sig den på ett bättre sätt.



- För att ungdomar överlag ska kunna ta till sig broschyren på ett enklare sätt, så bör den anpassas mer utifrån ett ungdomsperspektiv. Sedan är det viktigt att inte det tar över, då broschyren ska nå ut till många fler. Samtidigt är det lättare för en vuxen person att förstå enklare ord, än vad det är för en ungdom att förstå mer komplicerade ord.
- Texterna bör vara mer levande för att tilltala en ungdom. Fler språkhandlingar och mer detaljerade beskrivningar av vad man kan göra år 2025 skulle skapa en mer levande text. Kommunen kan beskriva saker som ungdomar kan identifiera sig med och vilja göra när de har nått år 2025.
- Undersökningen av *Borås 2025* har gett en uppfattning kring hur kommunen anpassar sitt språk till ungdomar och om ungdomar kan bli engagerade av kommunens information.

## Litteraturförteckning

Gunnarsdotter Grönberg, Anna 2007. Ungdomsspråk. I: Sundgren, Eva (red.) *Sociolingvistik*. Stockholm: Liber

Hellspång, Lennart och Per Ledin 1997. Kontexten. I: Hellspång och Ledin *Vägar genom texten*. Lund: Studentlitteratur

Hellspång, Lennart och Per Ledin 1997. Relationen – den interpersonella strukturen. I: Hellspång och Ledin *Vägar genom texten*. Lund: Studentlitteratur

Kotsinas, Ulla-Britt 2004. *Ungdomsspråk*. Hallgren och Fallgren.

Wirdenäs, Karolina 2007. Samtal och samtalsforskning. I: Sundgren, Eva (red.) *Sociolingvistik*. Stockholm: Liber

Webbkällor:

[www.ne.se](http://www.ne.se) Sökord: Ungdomsspråk (2013-05-14), William Labov (2013-05-16) och Ungdomar (2013-05-20)

Borås kommun.

<http://boras.se/download/18.3b4a384113d1b25cfa080003513/Broschyr.pdf>

## 6. Bilagor

Då broschyren är i Pdf format, så finns den att hämta vid sidan av uppsatsen.

